E-COMMERCE

PARIS 2014

PROGRAMME

ÉDITION SPÉCIALE

JDN
JOURNAL DU NET

Sommaire :

- Programme du 23 septembre page 2
- Programme du 24 septembre page 6
- Programme du 25 septembre page 10
- Masterclass page 14
- Innovation store page 15
- Les E-Commerce Awards page 15
- Les clés de l'international page 16

POINTS DE VUE D'EXPERTS

THOMAS CARROUX
International Development Director, BONPRIX

CHEN-DO LU
Marketing Manager responsable UX & Business Insights, MICROSOFT

PATRICK BENSABAT
Président Directeur Général, BUSINESS & DECISION

GÉRARD SPATAFORA
E-Commerce & M-Commerce Director, MILLESIMA

BAYREM FOUDHAILI
Head of IT, DARTY

SÉBASTIEN ROHART
Managing Director, PHOTOBOX

GRÉGOIRE GIMARET
Responsable E-Commerce France, FACEBOOK

STÉPHANIE TRAMICHECK
Directrice Générale, PINTEREST France

DELPHINE ESCAICH
Responsable développement marché Drive, Groupement E.LECLERC

OLIVIER MATHIOT
Co-Founder & CEO, PRICEMINISTER-RAKUTEN

FLORENT NOSEL
Directeur Digital, KILOUTOU

THIERRY PETIT
Président et co-fondateur, SHOWROOMPRIVE.COM

DAVID VANECK
Director of business development, MADE.COM

OLIVIER GONZALEZ
Directeur Général, TWITTER France

PIERRE-OLIVIER BRIAL
VP International, MANUTAN

GUÉNOLÉ LE GURUDEC
CIO, WOODBRASS

L'internationalisation,

un enjeu partagé par tous les marchands

Aujourd'hui, les stratégies cross-canal des acteurs du retail sont déjà bien engagées. Les enseignes connaissent les bonnes pratiques et si leurs directions sont convaincues, les projets sont déjà lancés. Où se trouvent alors leurs prochains relais de croissance ? À l'étranger, répondent en cœur les sites interrogés par la Fevad pour son baromètre 2014 du moral des e-commerçants. Pas moins de 45% citent l'international comme l'une de leurs priorités d'investissements, contre 28% seulement l'an dernier.

Évidemment, une disparité a longtemps persisté entre grands e-marchands, aptes à financer leur expansion, et les petits sites dont peu s'aventuraient hors des frontières françaises. Ainsi, la Fevad note qu'actuellement, 72% des sites moyens, 65% des gros sites et 45% des petits sites sont présents à l'international. Mais désormais, la plupart se sent concernée. Quitte à y aller prudemment, par étape. Par le biais d'une marketplace, pour y tester l'appétence du marché et apprendre à le connaître. En ouvrant un premier site étranger géré depuis la France, avant d'attaquer un pays supplémentaire ou d'ouvrir des bureaux localement, si le besoin s'en fait sentir. Car les défis sont nombreux et de natures très diverses. Les trois principaux freins que les e-commerçants relèvent sont juridiques, fiscaux et logistiques. Mais ce ne sont pas les seuls. Comment constituer une offre qui plaira aux consommateurs locaux ? Comment aligner la stratégie marketing sur leurs codes et leurs pratiques ? Quels canaux, modes de paiement et de livraison sont les plus adaptés à leurs comportements d'achat ? Bien souvent, les réponses changent d'un pays à l'autre.

Le challenge n'est cependant pas insurmontable. D'ailleurs, les marchands constatent que le niveau de difficulté qu'ils rencontrent dans leur expansion à l'étranger décroît très nettement. Et leurs perspectives sont plus qu'optimistes. 75% ont vu leurs ventes transfrontalières augmenter durant les deux dernières années, d'après la Fevad. L'avenir s'annonce plus radieux encore : 81% anticipent qu'elles s'accroîtront encore dans les deux prochaine années. L'ère des sites français qui ne regardent que leur nombril est révolue. Place à l'Europe… et place au monde !

@e_commerceparis #ECP14 | **ecparis** | **ECommerceParis** | **E-Commerce Paris** | **Appli mobile**

MARDI 23 SEPTEMBRE 2014

LES TEMPS FORTS

Translated in english

SALLE 6

10:00 - 11:30
PLÉNIÈRE 1 :
GOING INTERNATIONAL – MISSION COMPLETED ! HISTOIRES D'UN DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL RÉUSSI.
GOING INTERNATIONAL – MISSION COMPLETED! EXAMPLES OF SUCCESSFUL INTERNATIONAL DEVELOPMENTF
Gérard Spatafora, MILLESIMA
Sébastien Rohart, PHOTOBOX
Olivier Mathiot, PRICEMINISTER-RAKUTEN
Ilan Benhaim, VENTE-PRIVEE.COM
Animateur :
Flore Fauconnier, JOURNAL DU NET

11:30 - 12:30
ROOKIE SESSION 1: TROUVER LES BONS FINANCEMENTS
FINDING THE RIGHT FINANCING
Marc-Andreas Albert, WE ARE THE SHOPS
Charline Goutal, MA P'TITE CULOTTE
Renaud Guillerm, VIDE DRESSING
Stéphanie Savel, WIZEED
Anne de Kerckhove, VIDEOLOGY
Animateur :
Annie Abela-Lichtner, journaliste

14:00 - 16:00
TWITTER ACADEMY : PLUS PROCHE DE VOTRE AUDIENCE AVEC TWITTER
TWITTER BRINGS YOU CLOSER
David Sourenian, TWITTER FRANCE
Stan Massueras, TWITTER FRANCE
Assiatou Diallo, TWITTER FRANCE

16:00 - 17:00
ROOKIE SESSION 2 : SAVOIR BIEN S'ENTOURER (RECRUTEMENT ET PARTENARIAT)
SURROUNDING YOURSELF WITH THE BEST PEOPLE (RECRUITMENT AND PARTNERSHIP)
Vincent Redrado, THETOPS
Séverine Grégoire, MONSHOWROOM
Claire Vinchon, SMALL IZ BEAUTIFUL
Edouard Saulnier, AZERTYJOBS
Laure Wagner, BLABLACAR
Animateur :
Annie Abela-Lichtner, journaliste

18:00 - 19:00
CÉRÉMONIE DES E-COMMERCE AWARDS
Présentée par **Jean-François Ruiz, Blogueur**

AMPHITHÉÂTRE

11:30 - 12:30
SESSION SPÉCIALE FEVAD :
PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES
SPECIAL SESSION: PERSONAL DATA PROTECTION
Etienne Drouard, CABINET K&L GATES
Marine Pouyat, FEVAD
Olivier Mathiot, PRICEMINISTER-RAKUTEN
1 représentant de la CNIL

14:00 - 15:00
KEYNOTE MICROSOFT :
DU DISTRIBUTEUR DE PRODUITS AU DISTRIBUTEUR DE SERVICES : COMMENT INNOVER GRÂCE AU DIGITAL ET AU DESIGN DE SERVICES
FROM A DISTRIBUTOR OF PRODUCTS TO A DISTRIBUTOR OF SERVICES: HOW TO INNOVATE THANKS TO DIGITAL TECHNOLOGY AND SERVICES DESIGN
Chen-Do Lu, MICROSOFT
Nicolas Suchaud, MICROSOFT

15:00 - 16:00
SESSION SPÉCIALE CPA :
« COLLECTIF DE LA PERFORMANCE ET ACQUISITION », UNE VISION ELARGIE DU MARKETING A LA PERFORMANCE
«COUNCIL OF PERFORMANCE AND ACQUISITION », A LARGER VISION OF PERFORMANCE MARKETING
Amaury Delloye, CONVERSANT/ CPA
Matthieu Raiffé, Public Idées/ CPA
Guillaume Gélis, ZANOX/ CPA
Frank Surena, AFFILINET
Faride Amghar, C2B SA
Olivia Gatti, R ADVERTISING

16:00 - 17:00
KEYNOTE PINTEREST :
DECOUVERTE V/S SEARCH - POURQUOILES SITES E-COMMERCE DOIVENT INVESTIR ?
DISCOVERY V/S SEARCH - WHY DO E-COMMERCE WEBSITES NEED TO INVEST?
Stéphanie Tramicheck,
PINTEREST FRANCE

17:00 - 18:00
SESSION SPÉCIALE SNCD :
ETUDE CONNECT ATTITUDE 2014 - LES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS SUR LE WEB SOCIAL ET MOBILE
STUDY, CONNECT ATTITUDE 2014 - CONSUMER BEHAVIOUR ON THE SOCIAL AND MOBILE WEB
Hervé Pépin, CONSCIENT NETWORKS
Géraud Ahouandjinou,
MÉDECINS DU MONDE

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE CARINA

10:00 - 10:45
Les nouveautés Google AdWords 2014 & les dernières techniques d'optimisation pour booster son ROI !
Antoine GURWITCH, AD'S UP
Michael SIGNERIN, AD'S UP
Témoin(s) : Grégoire FIROME, AD'S UP CONSULTING

10:45 - 11:30
E-business et CRM, pourquoi choisir ce modèle pour devenir efficace et rentable
Pascal ANGELI, SELLIGENT
Témoin(s) : Christophe VIET, VENTEALAPROPRIETE.COM
Olivier MAZUEL, BRAND ADVOCATE

11:30 - 12:15
Les 10 bonnes pratiques de l'A/B testing et la personnalisation
KAMELEOON

12:15 - 13:00
Gestion de campagnes + web analytics + données sociales + DMP : big data au service d'une vision visiteur-prospect-client intégrée et 360°
Gilles VENTURI, SOFT COMPUTING

14:00 - 14:45
10 conseils pour générer des ventes additionnelles avec le RTB – Présentation du cas Toys'R'Us
Margarita ZLATKOVA, ZANOX SAS
Elodie DUPIN, ZANOX SAS
Témoin(s) :
Fanny JAMES, TOYS"R"US

14:45 - 15:30
Le targeting et le retargeting par email / SMS pour conquérir une audience
Matthieu VERMOT, Morgan DUFOUR, Caroline IHLER, Etienne DANDURAND, EPERFLEX (RENTABILIWEB MARKETING)

15:30 - 16:15
Quelle stratégie pour votre SEO en 2015 ?
Philippe YONNET, SEARCH FORESIGHT

16:30 - 17:15
E-commerce Espagne et Italie : Comment réussir son développement
Alice TRAVER, EFFILIATION
Arthur BERGERET, EFFILIATION

17:15 - 18:00
Performance marketing et e-commerce : Comment générer plus de valeur par le pilotage du coût d'acquisition client et du ROI? Témoignages Damart & Vente-Du-Diable
Yves BOZZI, PUBLIC-IDÉES
Témoin(s) : Anne-Sophie SARNIRAND, DAMART
Clémence LEMENAGER, VENTE DU DIABLE

DIGITAL MARKETING

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE 4

10:00 - 10:45
Comment créer une véritable expérience email marketing
Arianna GALANTE, CONTACTLAB

10:45 - 11:30
Réconciliez Branding & Performance avec l'achat média en RTB
Yohann DUPASQUIER, TRADELAB

11:30 - 12:15
Stop à la collecte de leads inutiles. Suivez la To Do List et optez pour la qualité !
Anthony BOUDET, DOLIST.NET

12:15 - 13:00
Référencement payant : personnalisez l'expérience utilisateur pour améliorer vos performances
Erwan LOHEZIC, I PROSPECT FRANCE
Vincent CEZARD, I PROSPECT FRANCE

14:00 - 14:45
Google Shopping : maitrisez les campagnes shopping pour vendre plus !
Frédéric CLEMENT, LENGOW

14:45 - 15:30
Recruter ou fidéliser : pourquoi choisir?
Stéphane MARTIS, EXPERIAN MARKETING SERVICES
Philippe JAOUI, EXPERIAN MARKETING SERVICES

15:30 - 16:15
Feu Vert : Révolutionner la fidélisation à l'ère du commerce cross-canal
Philippe PETIT, GENERIX GROUP
Christophe KUHNER, GENERIX GROUP

16:30 - 17:15
Celio - les clés d'un parcours client réussi
Jean-Phillippe BAERT, SALESFORCE.COM FRANCE
Témoin(s) :
Jennifer LEMPERIERE, CELIO

17:15 - 18:00
Pensez votre stratégie Webmarketing à la création/refonte de votre site e-commerce
Yannick SOCQUET, BRIOUDE INTERNET

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE 5

10:00 - 10:45
RTB & PROGRAMMATIC : Découvrez des technologies et dispositifs éprouvés pour générer des ventes & nouveaux clients selon votre activité.
Emmanuel PONCET, ZEBESTOF

10:45 - 11:30
Spécial SEO - Les clés d'un référencement naturel efficace et durable pour les TPE-PME
Stéphane ESCOFFIER, POWERBOUTIQUE

11:30 - 12:15
Optimisez votre stratégie d'investissement e-marketing : SEO, SEA et G.SHOPPING
Fabrice ALIZON, PIXALIONE
Témoin(s) :
Jean-Christophe BESSEDE, JARDILAND

12:15 - 13:00
15 astuces pour améliorer son référencement naturel
Henri OFFROY, POWERTRAFIC

14:00 - 14:45
Data CRM + Data Media, la nouvelle formule gagnante pour optimiser le ROI de vos actions marketing multicanal
Hervé MALINGE, MAKAZI

14:45 - 15:30
EMAIL MARKETING ET ECOMMERCE – Fondamentaux, nouvelles règles et secrets de routeur pour vendre et fidéliser grâce à l'email marketing.
Vincent FOURNOUT, MESSAGE BUSINESS

15:30 - 16:15
Email Marketing : 7 secrets incontournables pour passer les filtres anti-spam et atteindre vos destinataires
Guillaume FLEUREAU, SARBACANE SOFTWARE

16:30 - 17:15
L'internet des objets – une réalité pour fidéliser vos clients en mouvement et convertir plus
Dan LUGASSY, SMARTFOCUS

17:15 - 18:00
Référencement Naturel pour Ecommerce : les astuces de l'agence Blog Ecommerce
Olivier LEVY, BLOG ECOMMERCE

EXPLOITER LES DATA CLIENT ET MESURER SON EFFICACITÉ

SALLE 7

10:00 - 10:45
Nouvelle ère pour l'expérience client numérique
Fabrice L'HONNEUR, HP

10:45 - 11:30
Votre site et vos besoins sont uniques, optez pour une solution de recommandations sur-mesure ! Comment Petite-Frimousse.com augmente son CA grâce à Sailendra.
Régis LHOSTE, SAILENDRA
Témoin(s) :
Yves AUBOYER, PETITE FRIMOUSSE

11:30 - 12:15
7 ingrédients pour personnaliser l'expérience client et booster votre chiffre d'affaires en seulement 5 semaines
Emmanuel PARROU, EMARSYS

12:15 - 13:00
Commerce et e-commerce : les enjeux juridiques du commerce connecté
Gérard HAAS, HAAS AVOCATS
Témoin(s) :
Stéphane ESCOFFIER, DOYOUSOFT

14:00 - 14:45
Utiliser les données de vos clients grâce aux technologies Big Data pour anticiper les besoins de vos clients
Dan LUGASSY, SMARTFOCUS

14:45 - 15:30
Fidélisation, comment la personnalisation permet de développer la valeur client ?
Stéphane AMARSY, INBOX

15:30 - 16:15
Le CRM display : quand le média rejoint la relation client
Sandra DE BRITO DA COSTA, 1000MERCIS
Yann LE ROUX, 1000MERCIS

16:30 - 17:15
Les audiences remplacent les mots-clés : Comment optimiser le Search Marketing en utilisant les données d'audience
Remy OLIVIER, MARIN SOFTWARE

17:15 - 18:00
Accélérer ses ventes par la qualification automatique des appels entrants
Yves NICOLAS, DYNAMEASE
Témoin(s) :
Arthur FLOCH, TOPOVIDEO

EXPLOITER LES DATA CLIENT ET MESURER SON EFFICACITÉ

SALLE 8

10:00 - 10:45
Retour d'expérience : ré-enchanter l'expérience client tout en augmentant la marge commerciale avec la recommandation personnalisée de produits.
François ZISERMAN, TARGET2SELL
Témoin(s) :
Alphonse BLUM, MACWAY

10:45 - 11:30
Optimiser les achats croisés sur Internet grâce au marketing prédictif
NP6
Témoin(s) :
Thierry VALLAUD, SOCIO
Cédric HERVET, SOCIO

11:30 - 12:15
E-Commerce 2014 : les dernières techniques de personnalisation pour booster vos ventes, avec le témoignage de Maty & Alltricks
Romulus GRIGORAS, DEVATICS
Témoin(s) :
Sophie MERLET, MATY
Gary ANSSENS, ALLTRICKS

12:15 - 13:00
Les fondamentaux pour partir à l'international : découvrez les résultats de notre étude sur l'internationalisation digitale et e-commerce
Raphaël FÉTIQUE, CONVERTEO

14:00 - 14:45
"Tout, Tout de suite, Vite" – les sites n°1 l'ont compris : la performance technique est un différenciateur majeur !
Sébastien HUET, COMPUWARE
Nathalie BOUILLÉ, COMPUWARE

14:45 - 15:30
Interagir et personnaliser en temps réel la communication avec vos clients en omnicanal IBM FRANCE
Vincent TRIBONDEAU, IBM FRANCE
Témoin(s) :
Sylvie BRUON, INEOX

15:30 - 16:15
Miser sur le potentiel de vos données marketing pour personnaliser et cibler vos communications - présentation du case study Air France
Thibaut PORTAL, MAKAZI
Témoin(s) :
Blandine AUJOULET, AIR FRANCE

16:30 - 17:15
Données et délivrabilité : anticiper et corriger
Mathieu BOURDIN, NP6

17:15 - 18:00
Attribution multi-canal : pourquoi les modèles algorithmiques sont-ils plus performants ?
ESV DIGITAL

ATELIERS SOLUTIONS • MARDI 23 SEPTEMBRE

MARDI 23 SEPTEMBRE 2014

TECHNOLOGIES

CHOISIR SA PLATEFORME

SALLE 1

10:00 - 10:45
SEO : Choisir et Optimiser sa plateforme E-commerce, son CMS, ou le moteur de recherche interne.
Philippe YONNET, SEARCH FORESIGHT
Témoin(s) :
Jean-Marc MERAZIAN, SEARCH FORESIGHT

10:45 - 11:30
L'ominicanalité et la centralisation des données marketing, deux approches complémentaires pour votre transformation digitale
Gilles FRÉGÉ, STIBO SYSTEMS
Témoin(s) :
Pascal ANTHOINE, MICROPOLE

11:30 - 12:15
L'implémentation d'un PIM dans le cadre d'une stratégie omni-canal. Exemple d'une architecture Magento connectée avec la solution de MaPS System.
Alexandre DE RAVIGNAN, AFG
Témoin(s) :
François EMBIT, MAPS SYSTEM
Grégoire GENESTIER, MAPS SYSTEM

12:15 - 13:00
La puissance du Cloud au service de votre réussite. Optez pour une solution en mode Saas et réalisez + de 2500€ d'économies
Marc SCHILLACI, OXATIS

14:00 - 14:45
Pourquoi vendre ne suffit pas ?
Guillaume LAINÉ,
Hervé CAVENEL,
WEB & SOLUTIONS

14:45 - 15:30
Les clés d'une refonte e-commerce réussie !
Christophe LE BOT, XI INGÉNIERIE
Témoin(s) :
William YOUSFI, L.M.V
(LA MODE EST À VOUS)

15:30 - 16:15
E-Commerce, Vente à distance et Webmarketing changent considérablement !
Christophe PERRINET, OCTAVE

16:30 - 17:15
HYBRIS SOFTWARE

17:15 - 18h00
HappyChic, entreprise multicanale de mode française (Jules, Brice, Bizzbee) : le choix d'un dispositif digital complet : Demandware.
Rabah MECHETEM, ITELIOS
Témoin(s) :
Simon BONNET, HAPPYCHIC

CRÉER ET DÉVELOPPER SON SITE

SALLE 2

10:00 - 10:45
Le commerce nouvelle génération avec une solution intégrée de A à Z : Odoo (ex-OpenERP)
Alexandre VANDERMEERSCH, ODOO

10:45 - 11:30
Héberger votre site e-commerce à l'étranger : les clés de la réussite
Audrey LOUAIL, ECRITEL

11:30 - 12:15
Améliorer le searchandising d'un site spécialisé : retour d'expérience de Cuisine Addict, sur la plateforme Arobases
Guillaume GROSJEAN, ANTIDOT
Témoin(s) :
Guillaume VERAX, AROBASES
Mathias CORBIN, CUISINE ADDICT

12:15 - 13:00
Cas client : comment améliorer l'expérience utilisateur, augmenter ses taux de conversion et appuyer ses actions marketing en accélérant son site web ?
Stéphane RIOS, FASTERIZE

14:00 - 14:45
Spécial conversion - Comment convaincre vos visiteurs d'acheter sur votre site ?
Christian DUBOIS DE MONTREYNAUD, POWERBOUTIQUE

14:45 - 15:30
Comment aborder votre projet de mise en place ou de refonte d'un site web ?
Kais ASSALI, EDATIS

15:30 - 16:15
e-Commerce : convertissez (aussi) à l'étranger !
Dubois SAMUEL,
E-COMMERCE ACADEMY

16:30 - 17:15
PrestaShop, l'e-commerce 3.0
Benjamin TESZNER, PRESTASHOP
Bruno LÉVÊQUE, PRESTASHOP

CHOISIR SA SOLUTION DE PAIEMENT, M-PAIEMENT

SALLE 3

10:00 - 10:45
Le paiement CB fractionné ou comment générer rapidement de la croissance sur son site marchand ?
Le cas d'école : Cdiscount
Marc LANVIN,
Amandine CAURIER,
BANQUE DU GROUPE CASINO
Témoin(s) :
Antoine DUSART, CDISCOUNT

10:45 - 11:30
Paylib la simplicité et la sécurité des paiements en ligne, what's next?
Marc ESPAGNON, BNP PARIBAS
Témoin(s) :
Céline LAMBERT, VOYAGES-SNCF
Didier BROUAT, PAYLINE

11:30 - 12:15
Comment booster votre taux de conversion avec une solution de paiement en ligne
Simon-Pierre DE LA SEIGLIÈRE, INGENICO PAYMENT SERVICES

12:15 - 13:00
Optimisation des paiements : nouveau levier de croissance de l'e-commerce ?
François HÉLARD, ADYEN

14:00 - 14:45
Le paiement au service de l'expérience utilisateur
Florent TARDIVEL, WORLDLINE

14:45 - 15:30
Simplifier, sécuriser et garantir vos paiements grâce au portefeuille numérique V.me by Visa
Laurent BAILLY, VISA EUROPE LIMITED
Témoin(s) :
Fabrice DENELE, BPCE
Olivier MATHIOT, PRICE MINISTER - RAKUTEN

15:30 - 16:15
E-paiement : La guerre des boutons
Alain LACOUR, PAYZEN PAR LYRA NETWORK

16:30 - 17:15
Shopgate, Shopping mobile solution
SHOPGATE

17:15 -18:00
Comment faire du paiement un levier de conversion pour votre site ? Le paiement en 3 fois par carte bancaire.
Guillaume DESBONNETS,
Matthieu BIESBROUCK, COFIDIS
Témoin(s) :
Morgan SEVENO,
MISTERGOODDEAL.COM FRANCE

CUSTOMER EXPERIENCE

OPTIMISER SA RELATION CLIENT

SALLE 9

10:00 - 10:45
Le Web, Le Mobile et le Point de Vente : incontournable trio de la relation client ?
Bernard LOUVAT, TOUCHCOMMERCE
Témoin(s) :
Maylis PAGNIEZ, NRJ MOBILE

10:45 - 11:30
Comment Compario a accompagné Brandalley lors de la refonte de son site web
Jeremy VIAULT, COMPARIO
Témoin(s) :
Marie-Claude VALADE, BRANDALLEY

11:30 - 12:15
L'expérience client est-elle une top priorité ? Bénéfices d'une stratégie efficace d'engagement client
Malik FADEL, AKIO SOFTWARE
Témoin(s) :
Géraldine TINTORRI, BRUNEAU
Stéphanie PASSAREIRA, INIT MARKETING

12:15 - 13:00
+ 80% de CA sur un an : quels outils et quelle méthode ? Cas Clients avec un leader de l'e- tourisme
Olivier RICARD, FULL PERFORMANCE
Témoin(s) :
Emmanuel NICLOT, AZAMEO

14:00 - 14:45
Effinity Style – une approche digitale sur mesure pour l'univers Mode et Beauté
Sylvestre KRANJCEVIC, EFFILIATION
Adrien DELMOTTE, EFFILIATION

14:45 - 15:30
[Témoignage] : Comment le marketing piloté par les données est la clé du succès commercial.
David BELLIOT, MARKETO
Témoin(s) :
Stanislas BERTELOOT, KDS
Marie LIGIER, KDS

15:30 - 16:15
Colissimo : Les nouvelles solutions de Retour en France et à l'International, au service des e-commerçants.
Emmanuelle BOSC-HADDAD, COLIPOSTE

16:30 - 17:15
Mieux cibler ses newsletters et augmenter ses revenus grâce à la plateforme CRM prédictif de tinyclues.
David BESSIS, TINYCLUES
Témoin(s) :
Julien SCHNEIDER, FNAC - FRANCE BILLET

17:15 - 18h00
Les séniors et le cross canal
Bruno CARROI, AVANCI
Témoin(s) :
Stéphane BARTHELEMY, ADRESS COMPANY

ENGAGER SES CLIENTS

SALLE 10

10:00 - 10:45
E-marchand en forte croissance : comment faire évoluer son service client en même temps que son prestataire ?
Jérémie MANI, NETINO
Témoin(s) :
Bruno DREYFUS, SHOPINVEST

10:45 - 11:30
Comment intégrer efficacement les media sociaux dans sa stratégie e-commerce ?
Emilie OGEZ, AGENCE INDIGO
Christian RADMILOVITCH, AGENCE INDIGO

11:30 - 12:15
Conquête client en France et à l'international, augmentation des ventes, fidélisation : 5 cas de clients ayant boosté leurs résultats par le jeu marketing
Jean-pascal JAOUEN, ACTIPLAY (GROUPE CONCOURSMANIA)
Jessica DUDOGNON, ACTIPLAY (GROUPE CONCOURSMANIA)

12:15 - 13:00
Comment convertir vos visiteurs web anonymes en prospects qualifiés ?
David BELLIOTT, MARKETO
Témoin(s) :
Samuel VINET, ESSEC BUSINESS SCHOOL

14:00 - 14:45
Comprendre, Analyser, Tester et Personnaliser L'User Experience pour démultiplier votre conversion !
Jonathan CHERKI, CONTENT SQUARE
Témoin(s) :
Charlotte ICHARD, PETIT BATEAU
Philippe MORIN, LACOSTE

14:45 - 15:30
Opération marketing en partenariat : MacWay s'ouvre de nouveaux horizons pour l'engagement client.
Olivier MARTINEAU, SPREADING APPS
Témoin(s) :
Alphone BLUM, MACWAY

15:30 - 16:15
Engager ses clients
Roland KOLTCHAKIAN, ORACLE
Pascale RUDZKI, ORACLE

16:30 - 17:15
Les Français et l'achat en ligne : Baromètre du Sceau de Confiance FIA-NET
Elodie DELLISTE, FIA-NET GROUP

17:15 - 18h00
Social Media : arrêter de se disperser et augmenter enfin sa performance
Simon ROBIC, BRINGR

DÉVELOPPER LE CROSS CANAL

SALLE 11

10:00 - 10:45
D'un pure player à une entreprise cross-canal.
Antoine LIENHARD, INTERSHOP
Témoin(s) :
Benoit BOUTEILLE, EKOSPORT

10:45 - 11:30
Change 4 : la 1ère solution E-commerce nativement Cross-Canal
Eric VOLTZENLOGEL, RBS CHANGE

11:30 - 12:15
Stratégie pour la mise en place d'une solution Commerce Cross-Canal & déploiement à l'international : retour d'expérience et clés du succès
Ravel OLIVIER, GFI INFORMATIQUE
Témoin(s) :
Frédéric DUVAL, CONFORAMA

12:15 - 13:00
Inédit : les consommateurs parlent du cross canal !
Olivier MARX, ALTICS

14:00 - 14:45
PRINT TO DIGITAL, une des bonnes réponses : le emagazine.
Cédric DEVOGEHLAERE, CITÉ NUMÉRIQUE

14:45 - 15:30
E-commerce omni-canal : quand e-commerce et commerce ne font plus qu'un
Jean-Marc SALAÜN, VISIATIV SOFTWARE
Témoin(s) :
Olivier CHIONO, CEGID

15:30 - 16:15
Développer une expérience consommateur cross-canal grâce à une plate-forme digitale adaptée.
Thomas DANCIE, WORLDLINE

16:30 - 17:15
Marketing Temps Réel, personnalisation et analyse du parcours client
Emmanuel BENAZET, TERADATA

17:15 - 18h00
Boostez le trafic de votre site web grâce au courrier connecté
Corinne BOISSAU, LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS
Serge BOUE, LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS

LOGISTICS

DÉVELOPPER ET OPTIMISER SA LOGISTIQUE

SALLE 12

10:00 - 10:45
Avec TNT Express, c'est désormais vos clients qui commandent ! Vos clients méritent de l'express, donnez-leur le choix de livraisons connectées en moins de 24h
Bruno SANLAVILLE, TNT EXPRESS FRANCE
Témoin(s) :
Thomas THUMERELLE, MOTOBLOUZ.COM

10:45 - 11:30
Le Client connecté
François PAPINI, C-LOG

11:30 - 12:15
Logistique E-commerce : Attentes acheteurs, Complexification Supply Chain et Efficacité économique
BSL LOGISTIQUE E-COMMERCE

12:15 - 13:00
Consignes automatiques Packcity et automatisation des retraits Click & Collect
François CASTANO, NEOPOST ID

14:00 - 14:45
Expérience d'achat et livraison enrichie
Philippe BAILLY, METAPACK

14:45 - 15:30
Réussir ses expéditions : l'emballage pour le e-commerce
Etane DERHY, RAJA
Témoin(s) :
Christophe CHARLE, MYDESIGN
Pierre LAUTRAM, BÉBÉ AU NATUREL
Gaëlle DAUGER, EASYPARAPHARMACIE

15:30 - 16:15
Logistique e-commerce : les clés de la réussite
Julien ABITEBOUL, DÉPÔT BINGO
Témoin(s) :
Sophie FECAMP, AGORA WEB

16:30 - 17:15
L'innovation au service du commerce connecté. Démonstration avec l'offre ViaDirect en avant-première
Olivier MOREAU, VIAPOST

MERCREDI 24 SEPTEMBRE 2014

LES TEMPS FORTS

Translated in english

SALLE 6

09:30 - 10:30
PLÉNIÈRE 2 :
FOCUS EUROPE – CROSS THE BARRIERS! CONTRAINTES LÉGALES & FINANCIÈRES. FOCUS EUROPE DU SUD, UK, EUROPE DU NORD
FOCUS ON EUROPE – CROSS THE BARRIERS! LEGAL & FINANCIAL CONSTRAINTS. FOCUS ON SOUTHERN EUROPE, UK, NORTHERN EUROPE
Damien Jacob,
Professeur à HEC & Consultant
Un représentant d'UBIFRANCE
Panel de marchands européens
Animateur :
Martine Fuxa, E-COMMERCE MAGAZINE

10:30 - 12:30
FACEBOOK MARKETING ACADEMY : ATTEINDRE VOS OBJECTIFS MARKETING
FACEBOOK MARKETING ACADEMY: ACHIEVE YOUR OBJECTIVES ON MARKETING ISSUES
Grégoire Gimaret, FACEBOOK
Julie Pellet, FACEBOOK
Julien Guinebault, MILLESIMA
Charles Rapine, SHOPMIUM

14:00 - 15:00
PLÉNIÈRE 3 :
FOCUS EUROPE - READY TO TAKE THE PRESSURE ? L'ACCOMPAGNEMENT SI D'UNE EXPANSION EUROPÉENNE
FOCUS ON EUROPE - READY TO TAKE THE PRESSURE? THE ROLE OF IS IN EUROPEAN EXPANSION
Bayrem Foudhaili, DARTY
Guénolé Le Gurudec, WOODBRASS
Thierry Rousseau, GO VOYAGES
Animateur :
Antoine Crochet Damais,
JOURNAL DU NET

15:00 - 16:00
ROOKIE SESSION 3 :
SE DÉVELOPPER ET ACCROÎTRE SA VISIBILITÉ
DEVELOPING AND BOOSTING YOUR VISIBILITY
David Humbert, SEFAIRELAMALLE.COM
Nicolas Cohen, A LITTLE MARKET
Gary Ansenns, ALLTRICKS
Raphaël Layani, SHOP IN STREET
Sarah Allart, TRIBWAY
Margaux Derhy, LA PETITE ÉTOILE
Animateur :
Annie Abela-Lichtner, journaliste

AMPHITHÉÂTRE

09:30 - 10:30
SESSION SPÉCIALE ACSEL :
LE E-COMMERCE B2B
SOCIAL MEDIA AND BTOB
Florent Nosel, Kiloutou/ACSEL
Hervé Kabla, BE ANGELS
Hervé Gonay, GETPLUS/expert webmarketing B2B
Animateur : **Vincent Montet,** GRENADE& SPARKS/ POLE LEONARD DE VINCI

10:30 - 11:30
SESSION SPÉCIALE : **GS1 - QUELS SONT LES ENJEUX DU RÈGLEMENT UE 1169/ 2011 POUR LES SITES DE VENTE EN LIGNE ?**
WHAT ARE THE CHALLENGES OF THE EU 1169/2011 REGULATION FOR ONLINE SALES WEBSITES?
Xavier Barras, GS1
Avec témoignages clients

11:30 - 12:30
SESSION SPÉCIALE : **STRATÉGIES CROSS-CANAL ET GROUPEMENTS DE COMMERÇANTS. L'EXEMPLE DU DRIVE.**
CROSS-CHANNEL STRATEGIES AND RETAILER GROUPS. EXAMPLE OF DRIVE SERVICES.
Steve Houliez, Groupement E.LECLERC
Delphine Escaich, Groupement E.LECLERC
Alexandra Bouthelier, FCA

14:00 - 15:00
SESSION SPÉCIALE CMD :
DU PSYCHO-MARKETING À LA MANIPULATION DOUCE. COMMENT CHANGER LES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS ?
FROM PSYCHO-MARKETING TO SOFT SELL, HOW TO CHANGE CONSUMER BEHAVIOR?
Marion Sciarli, COROMANDEL
Henri Kaufmann, CERCLE MARKETING DIRECT

15:00 - 16:00
SESSION SPÉCIALE FEVAD : **LIVRAISONS E-COMMERCE - QUELLES INNOVATIONS POUR LA LOGISTIQUE DE DEMAIN.**
E-COMMERCE DELIVERIES - WHAT ARE THE INNOVATIONS OF TOMORROW'S LOGISTICS
Thomas Devilder, TOK TOK TOK
Franck Guellerin, BORDERLINX
Remi Lengaigne, COLISWEB
Animateur : **Stéphane Tomczak,**
FEVAD /E-COMMERCE EUROPE

16:00 - 18:00
SESSION SPÉCIALE MMAF :
MOBILE TO STORE - LA DIGITALISATION DE LA ZONE DE CHALANDISE
MOBILE TO STORE - THE DIGITALISATION OF THE TRADING AREA
Nicolas Rieul, Dentsu Aegis Network
Guillaume Borniche, Phoceis
Patrycja Mothon, Yves Rocher
Jean-Baptiste Kuhn, Groupe Monceau Fleurs
Jean-Philippe Piau, SFR Regie
Julien Chamussy, Admoove
Alain Fortune,Tapvalue
Anh-Vu Nguyen, Fidzup
Nicolas Jambin, Hammerson
Animateur : **Bertrand Jonquois**,
Go-Shop/MMAF

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE CARINA

10:00 - 10:45
Marques, comment générer des ventes chez mes distributeurs existants? Les 10 règles d'or du "Buy It Now" à travers 20 exemples de marques de PGC.
Guirec TIBERGHIEN, CLIC2BUY
Témoin(s) :
Francois MORICE, MONOPRIX

10:45 - 11:30
Le content marketing : levier de recrutement et de fidélisation à inclure dans votre stratégie en 2015
Sébastien BONNEFOY,
LES NAVIGAUTEURS

11:30 - 12:15
PRM ou comment optimiser votre stratégie d'acquisition ?
Perrine DEWALLY, ALTIMA

12:15 - 13:00
Optimiser l'allocation de ses ressources sur le digital par la connaissance du comportement de ses consommateurs et des stratégies médias de ses concurrents.
Muriel RAFFATIN, KANTAR MEDIA
Emmanuelle GODARD, KANTAR MEDIA

SPÉCIAL INTERNATIONAL

14:00 - 14:45
Règles de TVA applicables au e-commerce international : la vente en ligne de biens de consommation
Cyrille KONTER, TEVEA INTERNATIONAL

14:45 - 15:30
Partez à la conquête des pays nordiques; 25 millions d'E-consommateurs vous y attendent!
Andreas HALLSTRÖM, DIRECT LINK PART OF POSTNORD
Olof KÄLLGREN, DIRECT LINK PART OF POSTNORD

15:30 - 16:15
LACOSTE, une expérience de marque sans limite au service d'un stratégie digitale et omnicanale à l'international
Christophe CLAUDEL, ITELIOS
Témoin(s) :
Philippe MORIN, DEVANLAY LACOSTE

16:30 - 17:15
Concentrez votre expérience de marque sur vos clients plutôt que sur les canaux. Découvrez comment réussir votre transformation digitale
Grégoire PENE, DEMANDWARE

DIGITAL MARKETING

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE 4

10:00 - 10:45
Les nouveautés Google AdWords 2014 & les dernières techniques d'optimisation pour booster son ROI !
Antoine GURWITCH, AD'S UP
Romain VAN DEN BERG, AD'S UP

10:45 - 11:30
Témoignage client : Locatour, la stratégie du voyagiste pour transformer ses visiteurs en clients
Xavier BASTIEN, EMARSYS
Témoin(s) :
Ilan KOSKAS, TRAVELFACTORY

11:30 - 12:15
7 astuces pour collecter, réactiver et transformer vos prospects en clients
Jérémy DUCOURNAU, ACTIPLAY (GROUPE CONCOURSMANIA)
Laetitia DOENS, ACTIPLAY (GROUPE CONCOURSMANIA)

12:15 - 13:00
Big data, programmes de fid, multi-canal, temps réel : le eCRM dans tous ses états
Dorothée LACROIX, 1000MERCIS

14:00 - 14:45
Forget The Line! Augmentez la Fidélité de vos meilleurs clients avec le marketing cross-canal personnalisé
Thomas REISS, SOCIOMANTIC LABS
Témoin(s) :
Laurent COULON, DUNNHUMBY

14:45 - 15:30
40 minutes pour rentabiliser vos campagnes Adwords
Olivier DHENNIN, POWERTRAFIC

15:30 - 16:15
Retargeting, destructeur ou créateur de valeur ?
Yohann DUPASQUIER, TRADELAB

16:30 - 17:15
Développer un engagement long terne pour une réelle fidélité.
Olivier MARTINEAU, SPREADING APPS

17:15 - 18h00
Les secrets pour assurer une bonne synergie entre votre référencement naturel et vos liens sponsorisés
Aymerik BOUCHACOURT, JVWEB
Alexandre PENYAUSKI, JVWEB

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE 5

10:00 - 10:45
EMAIL MARKETING ET ECOMMERCE – Fondamentaux, nouvelles règles et secrets de routeur pour vendre et fidéliser grâce à l'email marketing.
Vincent FOURNOUT, MESSAGE BUSINESS

10:45 - 11:30
Publicité avec Yandex – votre accès sur le marché russe
Nikita YAMPOLSKI, YANDEX
Bernard LUKEY, YANDEX

11:30 - 12:15
Prospective : la délivrabilité est morte, vive le marketing !
Guillaume LACHÉ, NP6

12:15 - 13:00
Aller plus loin avec Google AdWords : Longue Traîne – Google Shopping – RLSA
Elena CANDELORI, ADSONWALL
Mikael WITWER, ADSONWALL

14:00 - 14:45
Le Touch Marketing : inspirez émotionnellement et durablement vos clients perpétuellement connectés !
Stéphanie MAZIOL, ADOBE SYSTEMS
Olivier BINISTI, ADOBE SYSTEMS

14:45 - 15:30
Real Time Bidding, quels enjeux pour les e-commerçants ?
Yohann DUPASQUIER, TRADELAB

15:30 - 16:15
Programmatique, data et temps réel : les nouveaux challenges marketing ?
Thibaut PORTAL, MAKAZI
Témoin(s) :
David BARANES, APPNEXUS

16:30 - 17:15
Développer son activité à l'international grâce à Google AdWords et Facebook Ads
Corinna HESSLER, ADSONWALL
Charles MARTIN-LAVAL, ADSONWALL

17:15 - 18h00
Amazon Offres d'Annonceurs : Acquérir de nouveaux clients grâce à une source de trafic hautement qualifié
Témoin(s) :
Maxime MONNÉ, FEED-MANAGER
Maxime DOREAU, FEED-MANAGER

EXPLOITER LES DATA CLIENT ET MESURER SON EFFICACITÉ

SALLE 7

10:00 - 10:45
Cross Canal : quels leviers choisir en Web to store ? Comment mesurer, piloter votre activité Cross Canal ?
Olivier RYNDAK, EXPERTIME
Témoin(s) :
Denis DUVAL, DAY IN DAY
Iwan LE STRUGEON, CARTER-CASH (MOBIVIA GROUPE)

10:45 - 11:30
Engranger les Data c'est bien, savoir les exploiter c'est encore mieux.
Kais ASSALI, EDATIS

11:30 - 12:15
Check list : Comment actionner vos data pour booster votre CA E-mail ?
Anthony BOUDET, DOLIST.NET

12:15 - 13:00
La personnalisation de l'expérience client à l'heure du cross canal : les meilleures pratiques, avec le témoignage d'Irrijardin et Maty
Romulus GRIGORAS, DEVATICS
Témoin(s) :
Damien MAYOUSSIER, IRRIJARDIN
Sophie MERLET, MATY

14:00 - 14:45
BIG DATA OPERATIONNEL : Commencer à créer de la valeur avec la data.
Jacques EHNY, WORLDLINE

14:45 - 15:30
Optimisez votre stratégie d'investissement e-marketing : SEO, SEA et G.SHOPPING
Fabrice ALIZON, PIXALIONE
Témoin(s) :
Michel BERNARDINI, BNP PARIBAS

15:30 - 16:15
Etude de cas : Comment Promod optimise ses investissements e-marketing ?
Fabien DUTRIEUX, MAZEBERRY
Témoin(s) :
Elodie POT, PROMOD

16:30 - 17:15
Le marketing cross-canal pour les Nuls : entrer dans l'ère du marketing piloté par la donnée
Jean-françois HERNANDEZ, SELLIGENT
Témoin(s) :
Bruno CARROI, AVANCI

17:15 - 18h00
10,000 Tests A/B et multi-variables : quelles leçons ?
Jauffrey GOLINSKI, MAXYMISER

EXPLOITER LES DATA CLIENT ET MESURER SON EFFICACITÉ

SALLE 8

10:00 - 10:45
Gestion des Partenariats en ligne / Internalisation de l'Affiliation : Les clés de la réussite avec Effinity Weaver
Christophe BOSQUET, EFFILIATION

10:45 - 11:30
BigData, du Mythe à la SIMPLICITÉ
Grégoire PAUTY, ADOBE SYSTEMS
Eric BRICIER, ADOBE SYSTEMS

11:30 - 12:15
Big Data et cross-canal : Comment conjuguer les 2 ?
Benoît ENÉE, EXPERIAN MARKETING SERVICES

12:15 - 13:00
Campagnes digitales : quelles mesures pour quelle efficacité ?
Cécile GRANAT, HOPSCOTCH
Samuel BEAUCHEF, HOPSCOTCH
Sylvain PAGE, HOPSCOTCH
Témoin(s) :
Erik-Marie BION, MICROSOFT FRANCE
Jean NELTNER, FIFTY-FIVE
Bertrand KRUG, MÉDIAMETRIE/NETRATINGS

14:00 - 14:45
Comme Weekendesk, mettez de l'intelligence dans vos actions marketing et gagnez en efficacité !
Hervé MALINGE, MAKAZI
Témoin(s) :
Jérôme SUTTER, WEEKENDESK

14:45 - 15:30
Data-driven marketing : Repoussez les limites de l'expérience utilisateur
Emmanuel BENAZET, TERADATA
Marc OGERAU, TERADATA

15:30 - 16:15
La donnée en action : Exploiter efficacement ses données WebAnalytics
Samia ABARA-BASLY, AT INTERNET

16:30 - 17:15
L'offre et la demande du Big Data marketing
Arnaud CONTIVAL, SNCD
Témoin(s) :
Laetitia BARDOUL, MARKESS INTERNATIONAL

17:15 - 18h00
PUBMATIC

ATELIERS SOLUTIONS • MERCREDI 24 SEPTEMBRE 2014

TECHNOLOGIES

CHOISIR SA PLATEFORME

SALLE 1

10:00 - 10:45
Quand le BtoB passe au mode connecté
Jean-marc SALAÜN, VISIATIV SOFTWARE
Témoin(s) :
Sylvain LACOSTE, CEGID

10:45 - 11:30
Vendre sur les marketplaces
NETEVEN

11:30 - 12:15
Créativité, innovation : repoussez les limites de votre plateforme e-commerce – illustration avec Hermès et l'IGN
Emmanuel HAARDT, XI INGÉNIERIE
Témoin(s) :
Guillaume POITRAT, HERMÈS
Jonathan RENAULT, IGN

12:15 - 13:00
Lancer sa marketplace : enjeux et bonnes pratiques
Benoit FERON, ICEBERG MARKETPLACE
Luc FALEMPIN, ICEBERG MARKETPLACE

14:00 - 14:45
Comment mettre en place une véritable stratégie OmniCommerce et gagner l'adhésion des consommateurs d'aujourd'hui et de demain ?
HYBRIS SOFTWARE
Témoin(s) :
Philippe PRUDANT, GROUPE ALTAREA COGEDIM

14:45 - 15:30
Le cloud : est-il une vraie réponse pour son expansion à l'International ?
Sébastien LUCAS, OXALIDE
Edouard LY, OXALIDE

15:30 - 16:15
E-commerce B to B : Le bouleversement des modèles de Vente traditionnels !
Christophe PERRINET, OCTAVE

16:30 - 17:15
Choisir une solution globale pour accélérer votre développement multimarque, omnicanal et international sans multiplier les coûts, les ressources et les risques
Laurent PERON, DEMANDWARE

CRÉER ET DÉVELOPPER SON SITE

SALLE 2

10:00 - 10:45
Développer votre activité sur les marketplaces : 5 points clés
Stéphane JAUFFRET, SELLERMANIA

10:45 - 11:30
Boostez votre taux de conversion en tirant profit des bonnes pratiques du searchandising : témoignage de Soledis / Boost E-Commerce et de Alexis Robert
Pierre COL, ANTIDOT
Témoin(s) :
Yoann SAMSON, SOLEDIS – BOOST E-COMMERCE
Antoine FRESNAULT, ALEXIS ROBERT

11:30 - 12:15
Spécial refonte & migration - Ne ratez pas la rénovation de votre site e-commerce !
Stéphane ESCOFFIER, POWERBOUTIQUE

12:15 - 13:00
Achat mobile en un clic avec Powatag et PrestaShop : Redéfinissez les limites m-commerce de votre boutique en ligne
Grégoire VÉRON, PRESTASHOP
Témoin(s) :
Eric MESSIN, POWATAG

14:00 - 14:45
Spécial multi-boutique. Pourquoi et comment développer vos ventes en multi-shop : par marque, par pays, par marketplace, par logique de référencement.
Benjamin QUEDEVILLE, 42STORES
Témoin(s) :
Mounir MEGHERBI, 6BLE
Henri ONFROY, POWERTRAFIC

14:45 - 15:30
AWS et LinkByNet : des solutions innovantes et des services d'infogérance complets pour construire une nouvelle génération d'applications de e-commerce
Stephan HADINGER, AMAZON WEB SERVICE
Aymeric THAS-PINOT, LINKBYNET

15:30 - 16:15
Comment augmenter vente et visibilité en accélérant et sécurisant votre site ?
Pierre COMTE, CDN TECH

16:30 - 17:15
Big Data : la connaissance clients au service de votre conversion E-Commerce.
Marc SCHILLACI, OXATIS

SPÉCIAL LUTTER CONTRE LA FRAUDE

SALLE 3

10:00 - 10:45
Avis en ligne des consommateurs, mode d'emploi pour certifier votre site internet
Benoit PHUEZ, AFNOR CERTIFICATION

10:45 - 11:30
La fraude sur internet et les outils pour vous aider à la contrer
Thomas ROTH, BNP PARIBAS

11:30 - 12:15
La fraude dans le e-commerce : évolution et prospective
Alexandre ARCOUTEIL, FIA-NET GROUP
Christophe CHARROT, FIA-NET GROUP

CHOISIR SA SOLUTION DE PAIEMENT / M-PAIEMENT

14:00 - 14:45
VERROUILLEZ VOS PAIEMENTS
Sam AMAR, OLKYPAY

14:45 - 15:30
Comprendre les défis et les enjeux du paiement pour les Marketplaces et les plateformes de Crowdfunding.
Pierre LION, MANGOPAY
Romain MAZERIES, MANGOPAY

15:30 - 16:15
Payer cash en ligne avec paysafecard, le leader du prépaiement sur internet en Europe
PAYSAFECARD

16:30 - 17:15
Découvrez les dernières innovations de PayPal : Paiement mobile en magasins, paiement par empreinte digitale sur mobile…La révolution du paiement mobile est en cours !
Pauline ROCHE, PAYPAL

CUSTOMER EXPERIENCE

OPTIMISER SA RELATION CLIENT

SALLE 9

10:00 - 10:45
Renforcer l'expérience client grâce à une solution retail omnicanal : un CRM opérationnel au service d'une stratégie efficace
Denis DESMET, CYLANDE
Jean-François BALLOT, CYLANDE

10:45 - 11:30
Optimiser sa relation client
Céline BAYLE - GHORRA, ORACLE

11:30 - 12:15
Relation Client : la proactivité sans être Nostradamus
Hélène DRAOULEC,
Frédéric DURAND, DIABOLOCOM
Témoin(s) :
Patrick KHAYAT, COYOTE SYSTEM

12:15 - 13:00
Gérer sa relation client avant et après la vente grâce au Click to Chat, Call et Video - Témoignages de Pierre&Vacances Center Parcs et Alltricks
Maxime BAUMARD, IADVIZE
Témoin(s) :
Edouard STEINERT, PIERRE & VACANCES CENTER PARCS GROUP
Gary ANSSENS, ALLTRICKS
Guillaume MEZARD, BOURSORAMA BANQUE

ENGAGER SES CLIENTS

14:00 - 14:45
L'avis de vos clients peut augmenter vos ventes !
Elodie LLANUSA, AVIS VERIFIES

14:45 - 15:30
Le rôle de l'inbound marketing dans votre stratégie e-commerce
Ronan BOUSSICAUD,
Arnaud DUCOMMUN, AGENCE INDIGO

15:30 - 16:15
Réseaux sociaux : de la conversation à la conversion
Simon ROBIC, BRINGR

16:30 - 17:15
Témoignage du e-marchand Brindilles.fr : Best practice sur les avis clients e-commerce
Brahim BEN HELAL, TRUSTPILOT
Témoin(s) :
Helen GIBSON, BRINDILLES.FR
Guillaume LAINÉ, WEB & SOLUTIONS

17:15 - 18h00
Design émotionnel
Jérémie ESKENAZI, MIRATECH

ENGAGER SES CLIENTS

SALLE 10

10:00 - 10:45
Link-building, Pénalités, Présence multi-supports, Grandes évolutions de Google : Best practices 2014/2015 d'une stratégie SEO efficace et durable
Christophe LEROY,
Philippe PLANA, I PROSPECT FRANCE

10:45 - 11:30
rentreediscount.com explique comment passer d'avis négatifs à des avis positifs à la vitesse V sur les recherches Google
Jean-Marc NOËL, TRUSTED SHOPS
Témoin(s) :
Arnaud LAITER, RENTREEDISCOUNT.COM

11:30 - 12:15
Tirer le meilleur parti de vos événements connectés !
Marie-Laure VIE, AGENCE INDIGO

12:15 - 13:00
Publicité sur les réseaux sociaux et Performance : dépassez l'engagement et développez vos ventes.
Ismaël SEMANI, I PROSPECT FRANCE

14:00 - 14:45
BrandROI : Comment obtenir un ROI de 20 + en combinant Display Targeting et SEM ? Retour d'expérience client avec une agence
Olivier RICARD, FULL PERFORMANCE
Témoin(s) :
Emmanuel NICLOT, AZAMEO

14:45 - 15:30
Conditions générales de ventes et mentions légales : ce qui a changé en 2014
Gérard HAAS, HAAS AVOCATS
Témoin(s) :
Bernard LUCAS, DRIVAPP

15:30 - 16:15
Pourquoi permettre à vos visiteurs de s'entraider en live sur votre site ? Témoignages de Pêcheur.com, Topachat.com et Wanimo.com
Quentin LEBEAU, TOKYWOKY
Timothée DESCHAMPS, TOKYWOKY
Témoin(s) :
Olivier BERNASSON, PECHEUR.COM
Aurélien CHARTIER, RUE DU COMMERCE
Carine DOMPIETRINI, WANIMO

16:30 - 17:15
Les clés du succès d'un engagement client réussi
Jean-Phillippe BAERT, SALESFORCE.COM FRANCE
Guillaume TESTELIN, SALESFORCE.COM FRANCE

DÉVELOPPER LE CROSS CANAL

SALLE 11

10:00 - 10:45
Click & Collect : les obstacles à lever en magasin
Antoine SCIALOM, PROXIMIS

10:45 - 11:30
Recommandation, Personnalisation, Merchandising, Searchandising : De quoi parle-t-on ? Quels usages de ces techniques sur vos sites ? Pour quel impact ?
Pascal MORVAN, COMPARIO
Témoin(s) :
Emmanuel CARRÉ, WEB TRANSITION

11:30 - 12:15
E-commerce connecté : un enjeu majeur pour les magasins physiques ?
Christophe PERRINET, OCTAVE

12:15 - 13:00
E-commerce omni-canal : quand e-commerce et commerce ne font plus qu'un
Jean-Marc SALAÜN, VISIATIV SOFTWARE
Témoin(s) :
Olivier CHIONO, CEGID

14:00 - 14:45
Comment conjuguer efficacement les canaux physiques et digitaux pour réussir votre approche omnicanal
Laurence CARON,
Aurélien SCHUSTER, STIBO SYSTEMS

14:45 - 15:30
iBeacon : la technologie qui augmente votre marque
Vincent LAMBERT, EURELIS
Smaïl CHERTOUK, EURELIS

15:30 - 16:15
Du e-commerce au cross-canal, décryptage d'une opportunité pour tous
Guillaume LAINÉ,
Hervé CAVENEL, WEB & SOLUTIONS

16:30 - 17:15
Le point de vente au coeur de la stratégie digitale
Frédéric VALETTE, TAPVALUE
Agathe PAVIA, TAPVALUE

17:15 - 18h00
Des solutions digitales de Web to Store performantes pour garantir la couverture des chemins de décision du consommateur
Cyril LAURENT, SOLOCAL GROUP
Michèle BRUAL, SOLOCAL GROUP
Témoin(s) :
Christophe CADIC, DARTY

LOGISTICS

DÉVELOPPER ET OPTIMISER SA LOGISTIQUE

SALLE 12

10:00 - 10:45
Comment allier sécurité et respect de l'environnement dans le développement de vos emballages e-commerce ?
Elodie JOYEUX, EMIN LEYDIER
Grégoire PERRET, EMIN LEYDIER

10:45 - 11:30
Les facteurs de succès pour réussir votre logistique à l'international
Patrick B. SIMON, BPOST INTERNATIONAL

11:30 - 12:15
Réussir ses expéditions : l'emballage pour le e-commerce
Etane DERHY, RAJA
Témoin(s) :
Teddy LECROIX, PHOTOWEB
Romain ROY, GREENWEEZ.COM
Christian JORGE, VESTIAIRE COLLECTIVE

12:15 - 13:00
Les nouveaux modes de livraison express
Delphine MALLET, CHRONOPOST
Laurent SOLEILHAC, PICKUP SERVICES
Fabien ESNOULT, COLIZEN

14:00 - 14:45
Viapost, la logistique connectée, au service de la fidélisation des e-acheteurs
Stéphane SENTIS, VIAPOST
Philippe BOURRIOT, VIAPOST

14:45 - 15:30
10 conseils pour optimiser votre politique de livraison : satisfaction, fidélisation, ROI !
Virginie DUCROT, ENVOIMOINSCHER
Témoin(s) :
Cyril TOULET, 1001 DESSOUS

15:30 - 16:15
De nouvelles solutions de livraison, plus proches des attentes de vos clients !
Eric PAUMIER, COLIS PRIVÉ
Laurent PEAUD, COLIS PRIVÉ

16:30 - 17:15
ColisExpat by IMX. Pour vos ventes à l'international, pensez aux plus de deux millions d'expatriés français. Vendez à l'étranger, Livrez en France !
Laurent CAYET, IMX FRANCE
Sonia MILENKOVIC, IMX FRANCE

JEUDI 25 SEPTEMBRE 2014

LES TEMPS FORTS

Translated in english

SALLE 6

09:30 - 10:30
PLÉNIÈRE 4 :
FOCUS EUROPE. KEEP THINGS SIMPLE ! RÉUSSIR SA CROISSANCE EUROPÉENNE GRÂCE À LA LOGISTIQUE.
PLENARY SESSION 4: FOCUS ON EUROPE; KEEP THINGS SIMPLE! LOGISTICS AS THE KEY TO SUCCESSFUL EUROPEAN GROWTH.
Alexandre Baron, BRANDALLEY
Raphaël Laissu, MISTER AUTO
David Godard, ALES GROUPE
Olivier Bernasson, PECHEUR.COM
Animateur :
Stéphane Tomczak, FEVAD/ E-COMMERCE EUROPE

10:30 - 12:30
GOOGLE ACADEMY :
LE PARCOURS CLIENT MULTI-ÉCRAN, ENJEUX, MESURE ET OPTIMISATION
MULTI-SCREEN CUSTOMER EXPERIENCE, STAKES, ANALYTICS AND OPTIMISATION
Arnaud de Terline, GOOGLE
Bertrand Girard, GOOGLE
Témoignages clients

14:00 - 15:00
ROOKIE SESSION 4 :
SAVOIR S'EXPORTER
EXPORTING YOURSELF
Dimitri Dewavrin, FRUITROUGE
Brice de Matharel et **Thomas Nanterme**, WPROJET
David Vaneck, MADE.COM
Astrid Suermondt, AXIS INTERNATIONAL
Jean-Mathieu Sahy, CAPITAL EXPORT
Animateur :
Annie Abela-Lichtner, journaliste

15:00 - 16:00
PLÉNIÈRE 5 :
FOCUS EUROPE - ENGAGE ! FACTEURS-CLÉS POUR TOUCHER ET FIDÉLISER LES CONSOMMATEURS EUROPÉENS
FOCUS ON EUROPE - ENGAGE! KEY FACTORS IN REACHING OUT TO AND SECURING THE LOYALTY OF EUROPEAN CONSUMERS
Thomas Carroux, BONPRIX
Pierre-Olivier Brial, MANUTAN
Luc Haberkorn, ZOOPLUS
Thierry Petit, SHOWROOMPRIVE.COM
Julia Alunovic, LEETCHI
Animateur :
Alain Steinmann, JOURNAL DU NET

16:00 - 17:00
KEYNOTE NTT COMMUNICATIONS :
COMMENT PERCER SUR LE MARCHÉ DU E-COMMERCE EN ASIE
HOW TO SUCEED IN THE ASIAN E-COMMERCE MARKET
Marc Allard, HONG KONG TRADE DEVELOPMENT COUNCIL
Loïc Bertin, NTT COMMUNICATIONS

AMPHITHÉÂTRE

09:30 - 10:30
SPECIAL SESSION BEVH :
E-COMMERCE IN GERMANY - FACTS, TRENDS, PLAYERS, OPPORTUNITIES
E-COMMERCE EN ALLEMAGNE - FAITS, TENDANCES, PLAYERS, OPPORTUNITÉS
Stephanie Schmidt, BEVH
Susanne Hornikel, DIRECT SUCCESS GMBH

10:30 - 11:30
SESSION SPECIALE ECHANGEUR PME :
LES CLES DU E-COMMERCE INTERNATIONAL
THE KEYS TO INTERNATIONAL E-ECOMMERCE
Manuel Moreno, CCI FRANCO-ESPAGNOLE
Sabrina Mimid, CCF de GRANDE BRETAGNE
Frédéric Berner, CCIF en ALLEMAGNE
Animateur:
Georges Fischer, CCI Paris Ile-de-France

11:30 - 12:30
KEYNOTE TWITTER :
WIN THE MOMENT - APPRÉHENDER LE REAL TIME MARKETING
UNDERSTAND REAL TIME MARKETING
Olivier Gonzalez, TWITTER FRANCE
Laurent Buanec, TWITTER FRANCE
Témoignages clients

14:00 - 15:00
KEYNOTE BUSINESS & DECISION :
BIG DATA, MOTEUR DU MARKETING DE L'INCERTAIN
BIG DATA, THE POWER OF UNPREDICTABLE MARKETING
Patrick Bensabat, BUSINESS & DECISION

15:00 - 16:00
SESSION SPÉCIALE SNCD :
RESTITUTION DE LA NOUVELLE ÉTUDE EMA - EMAIL MARKETING ATTITUDE - BTOC - USAGES ET TENDANCES SUR LA COMMUNICATION PERSONNELLE ONLINE EN 2014
PRESENTATION OF THE NEW EMA - EMAIL MARKETING ATTITUDE – BTOC STUDY - USES AND TRENDS OF ONLINE PERSONAL COMMUNICATION IN 2014
Pascale Bué, 1000MERCIS
Bruno Florence, FLORENCE CONSULTANT

16:00 - 17:00
SESSION SPÉCIALE CMD :
OBJETS CONNECTÉS - FACILITATEURS OU CONTRÔLEURS DE NOS COMPORTEMENTS ?
CONNECTED OBJECTS - FACILITATORS OR CONTROLLERS OF OUR BEHAVIOUR?
Animateur :
Henri Kaufman, CERCLE MARKETING DIRECT
Témoignages de fabricants

DIGITAL MARKETING

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE 4

10:00 - 10:45
Shopping sur Google Adwords : Gagnez en rentabilité en optimisant votre flux et en segmentant votre campagne.
Damien MARCHOIS, BLOG ECOMMERCE

10:45 - 11:30
Boostez vos conversions grâce à l'omnicanalité de l'expérience utilisateur
Fabien ROGER, SMARTFOCUS

11:30 - 12:15
Acquisition vs Fidélisation : Et le gagnant est … ?
Xavier BASTIEN, EMARSYS

12:15 - 13:00
SEO et Ecommerce > Réussir votre refonte de site avec le témoignage de Gémo
Yann SAUVAGEON, SYNODIANCE
Témoin(s) :
Laurence DESTERKE-AZNAR, GÉMO

14:00 - 14:45
Retargeting et remarketing multicanal, display ciblé, DMP : les nouvelles solutions de MEDIAPOST Communication pour améliorer votre efficacité relationnelle
Philippe LEBLANC, LE GROUPE LA POSTE
Témoin(s) :
Daniel BRETON, CABESTAN
Philippe FRAMEZELLE, ADVERLINE

RECRUTER ET FIDÉLISER

SALLE 5

10:00 - 10:45
Google AdWords : stratégies gagnantes pour exploiter efficacement les meilleures nouveautés.
Aymerik BOUCHACOURT, JVWEB
Témoin(s) :
Arnaud DONET, YVES ROCHER

10:45 - 11:30
Vous souhaitez recruter de NOUVEAUX clients ? Inscrivez-vous !
Paul BLONDÉ, LIGATUS
Témoin(s) :
David NEDZELA, MEN INVEST

11:30 - 12:15
Optimisez votre stratégie d'investissement e-marketing : SEO, SEA et G.SHOPPING
Fabrice ALIZON, PIXALIONE
Témoin(s) :
Céline MALGRAS, GUY DEGRENNE

12:15 - 13:00
Easyparapharmacie et ExactTarget : les clés de la fidélisation d'un leader de la beauté en ligne.
Jean-Phillippe BAERT, SALESFORCE.COM FRANCE
Johanna ZUBER, SALESFORCE.COM FRANCE
Témoin(s) :
Gaëlle DAUGER, EASYPARAPHARMACIE.COM

14:00 - 14:45
EMAIL MARKETING ET ECOMMERCE – Fondamentaux, nouvelles règles et secrets de routeur pour vendre et fidéliser grâce à l'email marketing.
Vincent FOURNOUT, MESSAGE BUSINESS

14:45 - 15:30
Optimisez votre ROI emailing avec les fêtes de fin d'année !
Edouard LEVEL, MAILJET

EXPLOITER LES DATA CLIENT ET MESURER SON EFFICACITÉ

SALLE 7

10:00 - 10:45
Vos données valent de l'or ! Comment extraire cette valeur, grâce aux nouvelles solutions du marché : discussions autour de cas concrets
Adrien COUTAREL, TARGET2SELL
Témoin(s) :
Arnaud LEDUC, BLEU BONHEUR

10:45 - 11:30
Ecommerce et données personnelles : mode d'emploi
Gérard HAAS, HAAS AVOCATS

11:30 - 12:15
Datas + Marketing = Ventes
Olivier MARTINEAU, SPREADING APPS

12:15 - 13:00
Réduire la complexité du marketing digital avec le Tag Management
Jérôme CAIL, TEALIUM

14:00 - 14:45
Mousetracking / AB Testing / Survey / Benchmark : Comment faire parler "la Data" pour augmenter ses ventes de 50% ?
Nicolas CABELLO, CONTENT SQUARE
Témoin(s) :
Hayat ZEROUALI, HISTOIRE D'OR
Ahmed CHINBOU, CULTURA

14:45 - 15:30
Mesure cross-devices : facteurs clés de succès et pièges à éviter
Aude MARCHAND, I PROSPECT FRANCE
Stéphanie GUEDON, I PROSPECT FRANCE
Eric PINSON, I PROSPECT FRANCE

15:30 - 16h15
Attribution, comment optimiser sa stratégie d'acquisition ?
Florian GUERRA, ALTIMA
Témoin(s) :
Sandrine BROOKS, LA REDOUTE

EXPLOITER LES DATAS CLIENT ET MESURER SON EFFICACITÉ

SALLE 8

10:00 - 10:45
S'adapter à la rupture du Digital : Comprendre le nouveau parcours consommateur.
Mohamed LAAOUISSI, DATAXU

10:45 - 11:30
Quels KPI pour piloter des campagnes display et SEA à la performance ?
Olivier RICARD, FULL PERFORMANCE
Témoin(s) :
Herve PANOSSIAN, FULL PERFORMANCE

11:30 - 12:15
AB testing, personnalisation, marketing prédictif : comment mieux connaitre ses visiteurs pour mieux les convertir
Jean-Noël RIVASSEAU, KAMELEOON

12:15 - 13:00
SEO & Big Data : N'optimisez plus votre référencement naturel… Révolutionnez-le ! #SEO #BigData
Gabriel VIDEIRA, BEE4
Teodor DACHEV, BEE4

14:00 - 14:45
Quand les BIG DATA vous ouvrent de nouvelles opportunités
Arnaud MULLER, CREATIVE DATA

14:45 - 15:30
Découvrez une stratégie en 10 points pour les Places de Marché et Comparateurs de Prix
Olivier LEVY, BLOG ECOMMERCE

ATELIERS SOLUTIONS • JEUDI 25 SEPTEMBRE

JEUDI 25 SEPTEMBRE 2014

TECHNOLOGIES

CHOISIR SA PLATEFORME

SALLE 1

10:00 - 10:45
Choisir une plateforme eCommerce capable d'accompagner un déploiement international multi-marque.
Thomas DANCIE, WORLDLINE
Témoin(s) :
Samuel VANDAMME, DAMARTEX

10:45 - 11:30
Plateforme e-commerce cross-canal : laquelle choisir ?
François DURANTON, EXPERTIME
Témoin(s) :
Julien CHENAF, SEPHORA EMEA

11:30 - 12:15
Maîtriser les Enjeux cachés du E-Commerce
Christophe PERRINET, OCTAVE

12:15 - 13:00
SEA : Comment augmenter rapidement la rentabilité de vos campagnes Adwords et Bing avec une technologie de pilotage automatique ?
Guillaume HEINTZ, DOLEAD
Arthur SAINT-PÈRE, DOLEAD

14:00 - 14:45
Performance, optimisation, modularité... Découvrez le e-commerce nouvelle génération avec Thelia !
Stephanie PINET, THELIA
Témoin(s) :
Dominique THOMAS, L'EMPIRE DU MALT

CRÉER ET DÉVELOPPER SON SITE

SALLE 2

10:00 - 10:45
Commerce prédictif : comment augmenter votre taux de transformation grâce à la richesse de vos données
Arnaud NACCACHE, ALIZNET

10:45 - 11:30
Table ronde : Développer sa stratégie digitale en B2B
Christophe LE BOT, XI INGÉNIERIE
Témoin(s) :
Sylvain NAIMI, LEGRAND
Matthieu CHESSARI, ALLIANCE-COM

11:30 - 12:15
Votre site E-Commerce complet et performant synchronisé en temps réel avec votre gestion commerciale.
Marc SCHILLACI, OXATIS

12:15 - 13:00
Mettez les utilisateurs au centre de votre site : tests utilisateurs, conception centrée-utilisateur
Jérémie ESKENAZI, MIRATECH

14:00 - 14:45
AWS, Millésima : Automatiser et optimiser le site de e-commerce avec le cloud d'Amazon Web Services
Pierre GILOT, AMAZON WEB SERVICES

14:45 - 15:30
Proposez une expérience d'achat fluide avec PayPal et PrestaShop
Grégoire VÉRON, PRESTASHOP
Témoin(s) :
Haruely NOJIRI, PAYPAL FRANCE

15:30 - 16:15
Recommandations personnalisées par Affinity Engine : l'esprit commerçant au service de votre rentabilité
Arnaud BOURBOULON, PRESTASHOP
Témoin(s) :
Teddy MALFAIT, AFFINITY ENGINE

SPÉCIAL INTERNATIONAL

SALLE 3

10:45 - 11:30
Règles de TVA applicables au e-commerce international : focus sur les e-services et le mini guichet unique
Cyrille KONTER, TEVEA INTERNATIONAL

11:30 - 12:15
La société greenweez.com étend la vente de ses produits bio en Europe – retour d'expérience d'une internationalisation réussie.
Glynnis MAKOUNDOU, TRUSTED SHOPS
David CHAU, TRUSTED SHOPS
Témoin(s) :
Romain ROY, GREENWEEZ

12:15 - 13:00
Comment adapter votre campagne d'asile colis en Europe?
Clémentine THONG, DIMABAY GMBH

SPÉCIAL INNOVATION

SALLE 9

10:00 - 10:45
Quand la Sérendipité vient au service du e-commerce : découverte et expérience de Pecheur.com et Decitre
Olivier FIGON, SEARCH'XPR
Jean-luc MARINI, SEARCH'XPR
Témoin(s) :
Laurent BABICZ DE SALETTES, DECITRE
Olivier BERNASSON, FUGAM / PECHEUR.COM

11:30 - 12:15
Vous et votre routeur e-mail : le bon duo pour optimiser votre réputation technique auprès des FAI !
Anthony BOUDET, DOLIST.NET

12:15 - 13:00
Vente en ligne de produits électroniques : Répondez à vos obligations environnementales et proposez des solutions ingénieuses à vos clients.
Marine Pouyat, FEVAD
Témoin(s) :
Sophie AMMANN, ERP
Karine DALLEAU, VENTE-PRIVEE
Erwan PARTAIX, RUE DU COMMERCE

14:00 - 14:45
Le ciblage comportemental dans tous ses états !
Pascal ANGELI, SELLIGENT

14:45 - 15:30
La logistique urbaine intégrée dans une approche collaborative, massifiée, multi-canal et mutualisée : une refonte en profondeur des schémas classiques.
Jean-Paul RIVAL, CONCERTO EUROPEAN DEVELOPER

CUSTOMER EXPERIENCE

EXPLOITER TOUS LES ÉCRANS

SALLE 10

10:00 - 10:45
Vendre plus : 3 e-marchands nous livrent les secrets de la rentabilité
Olivier MARX, ALTICS

10:45 - 11:30
Retour d'expérience FNAC Spectacles sur le multiscreen retargeting
Vincent KARACHIRA, NEXTPERF
Témoin(s) :
Julien SCHNEIDER, FNAC SPECTACLE

11:30 - 12:15
Synchronisation sur 2nd Screen : 3 solutions pour attirer, identifier et suivre vos clients de la TV au digital
Lars WOESSNER, WYWY

12:15 - 13:00
Avec AdWay, synchronisez vos publicités Mobile et Affichage en RTB
Renaud BIET, TABMO
Hakim METMER, TABMO

ENGAGER SES CLIENTS

14:00 - 14:45
Le syndrome Gaston Lagaffe ou comment j'ai compris le e-commerce en discutant avec ma mère
Thierry SAMPER, ARCANGE

14:45 - 15:30
DMP : Générer de l'engagement par la connaissance précise de ses audiences cibles
Christophe LAUER, ADOBE SYSTEMS
Mathilde ARAI, ADOBE SYSTEMS

DÉVELOPPER LE CROSS CANAL

SALLE 11

10:00 - 10:45
Meilleures pratiques de retailers pour une digitalisation des magasins réussie
Jérémie HERSCOVIC, SOCLOZ
Témoin(s) :
Leslie VARTABEDIAN, ANDRE
Pauline DE BRETEUIL, GROUPE VIVARTE

10:45 - 11:30
Entrez dans l'ère du magasin connecté
Frank FLIPO, INTUIKO
Bertrand LINIÈRE, INTUIKO
Témoin(s) :
Fabien FRANÇOIS, PICTIME

11:30 - 12:15
Panorama du cross-canal en France : où en sont vraiment les marketers ? Résultats exclusifs d'enquête
Magalie LASFARGUES, EXPERIAN MARKETING SERVICES

12:15 - 13:00
Comment (enfin) recontacter les 80% de visiteurs qui passent dans vos boutiques sans acheter ?
Martin JAGLIN, 1000MERCIS

14:00 - 14:45
Le consommateur : la clé d'une stratégie cross-canal efficace ?
Cécile GRANAT, HOPSCOTCH
Samuel BEAUCHEF, HOPSCOTCH
Témoin(s) :
Pascal THOMAS, MAPPY
Thomas COCHIN, MICROSOFT
Alexis RENARD, MAILJET
Robert DELOBEL, ONEYTECH

14:45 - 15:30
Comment doter votre site e-commerce de services à forte valeur ajoutée pour enrichir le parcours d'achat digital ou physique de vos clients ?
Pascale GRABOWSKI, IBM FRANCE

15:30 - 16:15
10 étapes pour établir sa stratégie de marketing digital à 360° (incluant Google, Facebook, Linkedin/Viadeo, Twitter, Blogs, Emailing, etc)
POWERON
Témoin(s) :
Sandie SOUBEYRAND, @SSISTANCE DIGITALE

LOGISTICS

DÉVELOPPER ET OPTIMISER SA LOGISTIQUE

SALLE 12

10:45 - 11:30
Développement international : quels impacts sur la Supply Chain ?
Antoine ROUTABOUL, HERMES EUROPE

11:30 - 12:15
La navette pickup : nouvelle solution d'envoi de colis de relais à relais pickup pour le marché C2C !
Diego MAGDELÉNAT, PICKUP
Camille RONGE, PICKUP

MERCI AUX COORDINATEURS DE SALLE

SALLE CARINA :
Caroline Van Gemert, consultante

SALLE 1 :
Yann Kerveno, journaliste

SALLE 2 :
Cédric Morin, journaliste

SALLE 3 :
Irène Lopez, journaliste

SALLE 4 :
Pascal Caillerez, consultant

SALLE 5 :
Cécile Diard, journaliste

SALLE 6 :
Jean Chabod, journaliste

SALLE 7 :
Mourad Krim, journaliste

SALLE 8 :
Eric Delon, journaliste

SALLE 9 :
Martin Guerin, consultant

SALLE 10 :
Jacques André Finess, consultant et enseignant

SALLE 11 :
Sophie Fourrier, consultante

SALLE 12 :
Thierry Butzbach, journaliste

AMPHITHÉÂTRE :
Olivier Fermé, journaliste

Partenaires institutionnels

fevad www.fevad.com
Acsel L'ASSOCIATION DE L'ECONOMIE NUMÉRIQUE
ECHANGEURPME PARIS ÎLE-DE-FRANCE
bevh
Cercle Marketing Direct à l'heure du digital
CPA COLLECTIF DE PLATEFORMES D'AFFILIATION
FCA FÉDÉRATION DES ENSEIGNES DU COMMERCE ASSOCIÉ
GS1
MOBILE MARKETING ASSOCIATION FRANCE
sncd l'expertise multicanal syndicat national de la communication directe

MASTERCLASS / STAND A071

MASTERCLASS BY VISIPLUS academy

NOUVEAU AU PROGRAMME !

Découvrez cette année les Masterclass, formations pratiques en petits groupes sur des problématiques « métier » (*sur inscription uniquement, nombre de place limité*), organisées par VISIPLUS academy qui accompagne des entreprises de toutes tailles et tous secteurs d'activité dans la montée en compétences de leurs collaborateurs.
3 salles en parallèle sur des créneaux dédidés pendant les 3 jours du salon, et un programme de formations articulé autour de 17 thématiques.

IMPORTANT : N'oubliez pas de confirmer votre inscription auprès de l'hôtesse présente à l'entrée de votre salle, au moins 15 minutes avant le début de votre session.
Tout retardataire perdra son inscription à la session qui pourra être réattribuée à un autre participant.

PROGRAMME DES MASTERCLASS

MARDI 23 SEPTEMBRE

	SALLE A	SALLE B	SALLE C
10:30-12:00	SEO : les clés du référencement sur le Web post Panda / Colibri / Google Payday Loan	Case studies : Tests A/B et tests MVT, 5 optimisations gagnantes pour des sites e-commerce	Protection de la propriété intellectuelle d'un site marchand
14:00-15:30	Refonte de son site e-commerce : attention danger, les pièges à éviter !	Garder le contact avec son audience grâce au retargeting : mode d'emploi et exemples clés	Google AdWords et e-commerce : 6 façons d'en faire une "success story"
16:00 - 17:30	Réussir ses dashboards pour un meilleur pilotage de ses données	Médias sociaux et e-commerce : les 2 font-ils toujours la paire ?	Créer un service mobile : faire le bon choix entre site ou application

MERCREDI 24 SEPTEMBRE

	SALLE A	SALLE B	SALLE C
10:30-12:00	Garder le contact avec son audience grâce au retargeting : mode d'emploi et exemples clés	Le web-to-store : 5 conseils pour doper votre trafic en magasin	Intégrer efficacement le mobile dans son organisation
14:00-15:30	Médias sociaux et e-commerce : les 2 font-ils toujours la paire ?	7 techniques pour optimiser votre tunnel conversion e-commerce !	L'analyse du trafic web : de la lecture des données à l'insight
16:00 - 17:30	Marketing Automation, le nouveau Graal pour les e-commerçants ? Comprendre ses prospects pour mieux les satisfaire... et les convertir	Google AdWords et e-commerce : 6 façons d'en faire une "success story"	Droit et e-commerce : rappel des obligations légales

JEUDI 25 SEPTEMBRE

	SALLE A	SALLE B	SALLE C
10:30-12:00	Réussir ses dashboards pour un meilleur pilotage de ses données	SEO : les clés du référencement sur le Web post Panda / Colibri / Google Payday Loan	Marketing Automation, le nouveau Graal pour les e-commerçants ? Comprendre ses prospects pour mieux les satisfaire... et les convertir
14:00-15:30	Droit et e-commerce : rappel des obligations légales	Créer un service mobile : faire le bon choix entre site ou application	Eye-tracking et e-commerce : le couple gagnant
16:00 - 17:30	Intégrer efficacement le mobile dans son organisation	L'analyse du trafic web : de la lecture des données à l'insight	7 techniques pour optimiser votre tunnel conversion e-commerce !

INNOVATION STORE / STAND P072

PAGES 14-15

INNOVATION STORE BY Cegid

TOUS AVANCEZ NOUS AVANÇONS

Venez visiter l'Innovation Store élaboré par Cegid et ses partenaires qui mettra en scène, sur le salon, les dernières nouveautés logicielles, technologiques, marketing et matérielles pour les points de vente. Information et indentification du client, aide au choix, paiement, Click&Collect, social rewards..., les principales étapes du parcours client seront illustrées par une ou plusieurs innovations.

IMPORTANT : La visite se fait sur inscription préalable avec confirmation de votre présence auprès de l'hôtesse, sur site 15 min avant votre RDV de visite (15 pers. max).

E-COMMERCE AWARDS 2014

Avec le soutien de

intershop
INSPIRED BY TOMORROW

présentés par **Jean-François Ruiz**, blogueur

Des innovations prometteuses, de beaux challenges technologiques et de l'audace dans la créativité !

Cette année et pour la toute première fois !

Les start-ups françaises (3 ans et moins de 3 ans) & leurs innovations seront mises à l'honneur au travers du prix Rookie of the Year.

Venez découvrir les gagnants de cette 6e édition des E-Commerce Awards, le 23 septembre 2014 à 18h en salle 6

Prix décernés par un jury d'experts :

JEAN-PHILIPPE MARAZZAN
GALERIES LAFAYETTE
Président des E-Commerce Awards 2014

GAËLE WUILMET
ASOS

PIERRE ALAIN BALY
AUCHAN E-COMMERCE

ÉDOUARD DE MIOLLIS
FNAC.COM

GUILLAUME DARROUSEZ
GROUPE GRANDVISION

BÉATRICE GRENADE
NAF NAF

JUSTIN ZIEGLER
PRICEMINISTER

THIERRY PETIT
SHOWROOM-PRIVÉ

PASCAL LANNOO
VOYAGES-SNCF.COM

JEAN RÉMI GRATADOUR
ACSEL

BERTRAND PINEAU
FEVAD

RENAUD MENERAT
M.M.A France

LES CLÉS DE L'INTERNATIONAL, PAR FLORE FAUCONNIER DU JDN JOURNAL DU NET

INTÉGRER LES CONTRAINTES LÉGALES ET FINANCIÈRES DE CHAQUE MARCHÉ

Avant de se lancer sur un nouveau marché, il est impératif d'examiner dans le détail ses spécificités légales et financières. Quelle TVA appliquer ? Y a-t-il des droits de douane à payer ? En quoi les droits des consommateurs diffèrent-ils ? Comment résout-on les litiges les plus courants ? À chaque pays ses règles en matière de CGV, de retours produits… Heureusement, une directive européenne entrée en vigueur en France au travers de la loi Hamon a entrepris d'harmoniser les délais de rétractation et de remboursement, les obligations d'information, les garanties… Reste à savoir ce qui demeure propre à chaque marché. Mais aussi, à choisir le meilleur modèle fiscal. Ainsi bien sûr qu'à se conformer aux habitudes de paiement locales. Mieux vaut ne pas proposer le seul paiement par carte en Allemagne, quand on y règle les commandes principalement par virement après livraison ! S'assurer l'accompagnement de partenaires spécialisés peut faciliter la tâche. Et contacter les institutions locales pour défricher toutes ces questions.

UN SYSTÈME D'INFORMATION QUI ACCOMPAGNE L'EXPANSION INTERNATIONALE

Lorsqu'un e-commerçant bâtit son premier SI, il le conçoit pour la France. Puis lui rajoute diverses briques au gré des évolutions de périmètre ou de fonctionnalités. Imaginons qu'il le relie aussi au SI des magasins, mette en place une gestion multicanale de la logistique, des référentiels produits et clients communs… La résultante peut déjà faire figure de beau plat de spaghettis, auquel il sera compliqué de greffer la prise en charge d'autres marchés. En prévision de leur expansion, certains e-marchands décident donc de construire une plateforme nativement apte à gérer plusieurs monnaies, langues, moyens de paiement… Ils la déploient en France puis l'utilisent comme socle de leur conquête. Que l'on opte pour cette option "propre" ou que l'on fasse avec l'existant, d'autres questions se posent. Celle du fournisseur de la plateforme. Celle des intégrations spécifiques aux pays. Celle des bases de données, locales ou globales. Et bien sûr, celle du mobile, qui risque lui aussi de générer des spécificités par marché.

FAIRE DE LA LOGISTIQUE UN ATOUT DE SON DÉVELOPPEMENT TRANSFRONTALIER

La logistique des e-commerçants est déjà sous pression sur leur territoire domestique. On lui demande un niveau de service élevé et une rapidité à toute épreuve, que le consommateur s'exonère en outre de devoir financer. Un défi d'autant plus complexe à relever lorsqu'il s'agit de livrer au-delà des frontières, difficulté qui atteint sans doute son maximum en matière de gestion des retours. Or la disponibilité, la livraison et les retours constituent les premiers motifs d'inquiétude des cyberacheteurs transfrontaliers. Autant dire que sur ces sujets, il n'y a pas droit à l'erreur. Ni dans la construction du système de livraison, ni dans le choix des partenaires logistiques et des transporteurs. Or les e-marchands doivent souvent confronter à la réalité des outils existants leurs attentes en matière de fulfillment, de supply chain et de livraison. Certains outils permettent néanmoins de mettre en place une logistique agile et juste-à-temps, capable d'absorber la saisonnalité de l'e-commerce et ses contraintes de traçabilité.

ADAPTER SA STRATÉGIE MARKETING AUX HABITUDES CULTURELLES LOCALES

Abordez les consommateurs norvégiens en les vouvoyant, ils vous trouveront bien cérémonieux. Débarquez en Grèce avec une offre de parkas polaires, elle y rencontrera sans doute peu d'écho. Laissez les frais de retour à la charge de vos clients allemands, ils se garderont bien d'acheter chez vous. Monnaie commune ou pas, les habitudes de consommation découlent directement des spécificités culturelles locales. Qu'il faut donc intégrer afin d'adapter aussi bien son assortiment que son marketing et sa communication.
Les bénéfices d'un look&feel local incitent par exemple à développer un site par pays. Encore faudra-t-il le faire connaître au travers des bons canaux et donc aussi savoir de quelle façon toucher les consommateurs. Et ceci sans perdre son ADN, d'autant que s'adapter à chaque marché n'empêche pas de faire valoir des produits "venus d'ailleurs". Le tout en évaluant le temps et les investissements qu'il faudra consentir pour atteindre une masse critique et un retour sur investissement satisfaisant.

JDN
JOURNAL DU NET

Le JDN décrypte l'impact du numérique sur l'économie auprès de 2,7 millions d'internautes. Il s'adresse aux cadres dirigeants audacieux : 25-49 ans, CSP+, décideurs en entreprise. C'est le site business de référence dans les domaines : Web & Tech, Media, Management, Business et Patrimoine. Avec des analyses, des dossiers et des interventions d'experts, il donne toutes les clés pour décider et innover.

Source : Médiamétrie//NetRatings Mars 2014

Nous contacter : Sandrine Martin | smartin@ccmbenchmark.com | 01 47 79 50 06

E-COMMERCE
PARIS 2015
www.ecommerceparis.com
comexposium
The place to be

Rendez-vous l'année prochaine,
du 21 au 23 septembre 2015
Porte de Versailles – Pavillon 1

Fédérer
Rassembler autour des valeurs communes

Représenter
Soutenir la compétitivité des entreprises

Informer
Préparer les évolutions stratégiques

Échanger
Décrypter les futures tendances

Réguler
Dialoguer avec l'ensemble des parties prenantes

fevad
www.fevad.com